

**ASUNNONVUOKRAUS SALMILEHDON
MATKAILUPALVELULIIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN
PALVELUMUOTOILUN AVULLA**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Lepaa, maisemasuunnittelun koulutusohjelma

kevät 2017

Saara Syri

Maisemasuunnittelun koulutusohjelma
Lepaa

Tekijä	Saara Syri	Vuosi 2017
Työn nimi	Asunnonvuokraus Salmilehdon matkailupalveluliiketoiminnan kehittäminen palvelumuotoilun avulla	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tilaajana toimi Asunnonvuokraus Salmilehto, joka on pieni asuntojen vuokraukseen erikoistunut yritys. Työn tavoitteena oli tuottaa tilaajalle työkaluja, jotka auttaisivat heitä laajentamaan palvelutarjontaansa matkailupalveluiden pariin.

Työn teoriaosuuden pääteemana on palvelumuotoilu ja siihen liittyvät käsitteet ja tekniikat. Palvelumuotoilun keskiössä on asiakas ja hänen kokemansa palvelukokemus. Palvelumuotoilussa pyritään luomaan laadukkaita palvelukokonaisuuksia, joissa asiakkaan palvelukokemus on mahdollisimman positiivinen. Palvelumuotoilussa myös pyritään ottamaan asiakas mukaan palvelujen kehitystyöhön ja tuottaa näin asiakaslähtöisiä palveluita. Toisessa teemassa maiseman tuotteistamisessa pyritään löytämään paikan erityispiirteet ja maisemalliset arvot ja hyödyntämään niitä palvelun kehittämisessä.

Aineisto työhön kerättiin työn tilaajan haastattelun sekä potentiaalisille asiakkaille toteutetun sähköisen kyselyn avulla. Työn päätuloksena syntyi haastattelusta ja kyselystä saadun aineiston sekä lähdedokumenttien pohjalta palvelukortit ja vuosisuunnitelma Asunnonvuokraus Salmilehdolle. Palvelukorttien ja vuosisuunnitelman tarkoituksena on auttaa tilajaa kehittämään matkailupalveluliiketoimintaansa.

Avainsanat Palvelu, palvelumuotoilu, maisema, maisemapalvelu, maiseman tuotteistaminen

Sivut 30 sivua, joista liitteitä 3 sivua

Degree Programme in Landscape Design
Lepaa

Author	Saara Syri	Year 2017
Subject	The development of Asunnonvuokraus Salmilehto with the help of service design	

ABSTRACT

The thesis commissioner Asunnonvuokraus Salmilehto is a small company that specializes in renting apartments. The main goal of the thesis was to produce tools that will help them to expand their services to tourism services.

The main theme in the theory part of the thesis is service design and related terms and techniques. At the center of service design is the customer and his service experience. Service design intends to create high-quality service packages with so good a service experience as possible to the customer. Service design strives to include the customer in the service development and produce custom-oriented services. In the second part of the theory the thesis strives to find special features and the landscape values of the place and make use of them in service development.

The material was collected with the help of interviewing the commissioner and implementing an electronic survey to potential customers. From the material that was got from interview, survey and source materials, was produced main results that are service cards and year plan to Asunnonvuokraus Salmilehto. The service cards and the year plan will help them to develop their company.

Keywords Service, service design, landscape, landscape service, landscape productization

Pages 30 pages including appendices 3 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	KEHITTÄMISKOHTTEEN ESITTELY	2
2.1	Asunnonvuokraus Salmilehto	2
2.2	Ranuan kunta	4
2.2.1	Matkailunäkymät Suomessa ja Ranualla	5
3	PALVELUMUOTOILU	5
3.1	Palvelu, palveluistuminen ja ekologisuus	5
3.2	Palvelumuotoilu	6
3.3	Arvolupaus palvelumuotoilussa	7
3.4	Arvon muodostamisen elementit	8
3.5	Palvelumuotoilun osat	9
3.5.1	Palvelupolku	10
3.5.2	Palvelutuokiot	10
3.5.3	Palvelun kontaktipisteet	10
3.6	Palvelumuotoiluprosessi	10
4	MAISEMAN TUOTTEISTAMINEN	11
4.1	Mitä maisema on?	11
4.2	Maisemapalvelu	12
4.3	Maiseman tuotteistaminen	12
5	TUTKIMUSMENETELMÄ JA TULOKSET	13
5.1	Laadullinen tutkimusmenetelmä	13
5.2	Haastattelu	14
5.3	Haastattelun tulokset	14
5.4	Asiakaskysely	15
5.5	Asiakaskyselyn tulokset	16
5.5.1	Salmilehdon tärkeimmät maisemalliset seikat ja maiseman vetovoimatekijät	16
5.5.2	Majoitukseen liittyvät toiveet Salmilehdossa	16
5.5.3	Ravitsemuspalveluihin liittyvät toiveet Salmilehdossa	16
5.5.4	Paikan historian tärkeys	17
5.5.5	Toiveet lisäpalveluista	17
5.5.6	Yöpymisen hinta	18
5.6	Asiakaskyselyn johtopäätökset	18
6	PALVELUKORTIT JA VUOSISUUNNITELMA	19
6.1	Palvelukortit	19
6.2	Vuosisuunnitelma	22
7	POHDINTA	24
	LÄHTEET	26

Liitteet

Liite 1	Kyselylomake
Liite 2	Haastattelukysymykset

1 JOHDANTO

Maisemalla on suuri merkitys ihmisen hyvinvoinnille. Luonto ja luontoympäristöt koetaan usein keskeisiksi virkistystyksen, levon ja latautumisen paikoiksi. Nykyajan isot ilmiöt kuten ilmastonmuutos ja energiakriisit aiheuttavat maaseutuun ja sen tarjoamiin palveluihin kohdistuvaa globaalin kysynnän kasvua. Kansainvälistymisen ja kaupungistumisen vastapainoksi ihmiset haluavat maaseudun rauhaa ja hiljaisuutta. Ihmiset etsivät maaseudun rauhasta uudenlaisia elämäntyyliä ja luonnon paikoista uusia merkityksiä.

Maisema on myös matkailun vahva vetovoimatekijä. Maiseman avulla ja sitä tuotteistamalla voidaan tuottaa lisäarvoa jo olemassa oleville palveluille tai luoda kokonaan uusia palveluita. Luontoympäristöjen hyödyntämisellä voidaan saada uusia ulottuvuuksia ja näkökulmia palveluiden ja liiketoiminnan kehittämiseen.

Opinnäytetyössäni pyrin käyttäjälähtöiseen matkailupalveluiden kehittämiseen palvelumuotoilun menetelmää käyttäen. Maiseman tuotteistaminen on apuna tässä palvelumuotoiluprosessissa. Tutkimusmenetelmänä työssäni käytän haastattelua sekä kyselyä. Toimeksiantajanani työssäni on Asunnonvuokraus Salmilehto, joka on asuntojen vuokraukseen erikoistunut pienyrittäjä, jonka tarkoituksena on laajentaa palvelutarjontaansa myös matkailupalveluihin. Salmilehto on vanha tila Ranuan keskustan läheisyydessä. Tilalla on useita rakennuksia, joista osa on vuokrakäytössä.

Työni tavoitteena on kehittää Asunnonvuokraus Salmilehdolle muutama valmiiksi suunniteltu palvelutuotekortti sekä vuosisuunnitelma, joiden avulla yritystä on helpompi lähteä kehittämään. Työni teoriapohja koostuu palvelumuotoilun ja maiseman tuotteistamisen teorioista. Palvelumuotoilun keinoin pyrin asiakaslähtöiseen palvelujen kehittämiseen. Maiseman tuotteistamisen teorian kautta pyrin suunnittelemaan keinoja tuoda paikan maisemallisia ominaispiirteitä ja henkeä mukaan yrityksen palveluissa ja markkinoinnissa. Työhöni liittyen teen asiakaskyselyn, jonka tavoitteena on potentiaalisten asiakkaiden näkökulman, toiveiden ja ideoiden saaminen yrityksen kehittämistyöhön.

Tutkimuskysymyksenä työssäni on: Millä tavoin Asunnonvuokraus Salmilehtoa voisi kehittää asiakaslähtöisesti maisemalliset arvot huomioon ottaen?

2 KEHITTÄMISKOHTEN ESITTELY

2.1 Asunnonvuokraus Salmilehto

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Asunnonvuokraus Salmilehto. Asunnonvuokraus Salmilehto on pienyritys, joka vuokraa asuntoja Ranualla, Etelä-Lapissa Salmilehdon tilalla. Salmilehdon tarkoituksena on laajentaa liiketoimintaansa myös matkailupalveluiden pariin.

Salmilehto on entinen Metsähallituksen aluemetsänhoitajan virkatalo Ranuan keskustassa. Virkatalo ja siihen liittyvät rakennukset ovat valmistuneet vuosina 1911-1912 ja ne on osoitettu rakennussuojelukohteeksi (SR 3124). Rakennukset on osoitettu Ranuan kirkonkylän asemakaavassa merkinnällä sr-2 Suojeltava rakennus, historiallisesti arvokas ja taajamakuva kannalta tärkeä rakennus. Salmilehto on harvoja säilyneitä kokonaisuuksista, jotka ovat olleet tärkeimpien valtion paikallisvirkamiesten käytössä vastaten heidän asemansa edellytyksiä 1900-luvun alussa. Tilan rakennuksiin kuuluu suuri päärakennus (kuva 1), talli (kuva 5) ja aitta (kuva 2), jotka kaikki rajaavat etupihaa. Etupihaan nurmikkoalueella on kaivo ja pysäköintialueen vieressä on vanha lato (kuva 3), jota on aina kutsuttu käpyaitaksi. Rannassa rantatien varressa on rantasauna (kuva 4). Päärakennuksen takana on ollut puutarha- ja kasvima-alue, joka on ulottunut rantaan asti. Tästä puutarha-alueesta on jäljellä vain vanhoja pengerryksiä ja alue vaatisikin kunnostamista. (Riipi & Lönnström 2015).

Vanhojen museoviraston suojeluksessa olevien rakennusten lisäksi Salmilehdossa on uudempia, noin 1960-luvulla rakennettuja rakennuksia. Näitä uudempia rakennuksia alueella ovat paritalo, toimistorakennus, autotalli sekä varastorakennus. Uudemmat rakennukset sijaitsevat vanhan pihapiirin ulkopuolella tontin laidalla.

Maisemaltaan Salmilehto sijaitsee erittäin kauniilla paikalla. Vanha lehtikuusikuja johtaa alueelle ja Ranuanjärvi rajaa tontin toista pitkää sivua. Rannassa kulkee vanha rantatie. Pihapiiri on säilyttänyt vanhan, historiallisen tunnelmansa ja vanhat rakennukset ovat hyväkuntoisia. Virkatalon piha on nurmialuetta ja nurmella kasvaa joitakin todella suurikokoisia sembrämäntyjä. Kaikki Ranuan kunnan palvelut ovat todella hyvin saatavilla, lähes kaikki sijaitsevat alle kilometrin säteellä Salmilehdosta.

Salmilehdon vanhojen rakennusten ja piha-alueen korjaus- ja muutostöiden on oltava sellaisia, että taajamakuva kannalta merkittävä ja historiallisesti arvokas luonne säilyy. Suuremmista muutoksista alueella on neuvoteltava museoviranomaisten kanssa.



Kuva 1. Päärakennus eli puustelli rannasta kuvattuna (Forsius 2015).



Kuva 2. Aitta (Forsius 2015).



Kuva 3. Lato (kutsutaan käpyaitaksi). (Forsius 2015).



Kuva 4. Sauna (Forsius 2015).



Kuva 5. Talli (Forsius 2015).

2.2 Ranuan kunta

Ranua on pieni, reilu 4000 ihmisen kunta Etelä-Lapissa. Matkailu on tärkeä osa Ranuan kunnan palvelurakennetta ja alueen kehitys perustuukin nykyään pitkälti juuri matkailuun ja palveluelinkeinoin. Matkailun vetonaulana kunnassa toimii Ranuan eläinpuisto, joka vetää turisteja ulkomailta asti. Myös Simojoen ja Simojärven alueet ovat tärkeitä luontokohteita, joihin ihmiset tulevat retkeilemään ja rentoutumaan. Kesäisin etenkin hilla- eli lakkaturismi tuo matkailijoita Ranualle. Myös muiden marjojen poiminta-aikaan Ranuan katukuvassa näkyy paljon kotimaisia ja ulkomailta tulleita matkailijoita. (Ranuan kunta, n.d.).

2.2.1 Matkailunäkymät Suomessa ja Ranualla

Kiinnostus Suomea kohtaan matkailumaana on kasvanut. Arvostettu matkailusivusto Lonely Planet valitsi Suomen Best In Travel 2017 -suositustsansa kolmanneksi kiinnostavimmaksi kohteeksi ja Suomi-osion avausosa Lapland's gold: foraging for cloudberries in Finland käsitteli juuri Ranuaa ja "Lapin kultaa" eli hillaa (Christiani, 2016). Lonely Planetin lisäksi myös National Geographic on nostanut Suomen vuoden 2017 kiinnostavimpien matkailukohteiden listalle (Siekkinen 2017). Discover the World -matkatoimiston edustajan mukaan Suomeen varattujen matkojen määrä on tänä vuonna 27 % edellisvuoden määrää suurempi (Numminen 2016).

Pohjois-Suomen matkailulla menee hyvin. On odotettavissa, että matkailumäärät sekä Ranualla että Suomessa yleisestikin tulee kasvamaan. Jos matkailijoiden määrä Ranualla lisääntyy, on majoitus- ja matkailupalveluille varmasti tulevaisuudessa kysyntää. Tämä on erittäin hyvä asetelma Asunnonvuokraus Salmilehdon matkailupalveluliiketoiminnan kehittämisen kannalta.

3 PALVELUMUOTOILU

3.1 Palvelu, palveluistuminen ja ekologisuus

Palvelut ovat aikasidonnaisia, monimutkaisia systeemejä ja ratkaisuja, jotka helpottavat elämää. Palveluissa tapahtuu vuorovaikutusta ihmisten välillä. Palveluissa usein keskeisenä tekijänä on kokemus asiasta. (Tuulaniemi 2011, 16, 17, 28).

Nykymaailmassa omistamisen merkitys ihmisille on pienentynyt. Palveluiden kautta ihmisten on mahdollista saada elämäänsä helpottavia ratkaisuja ilman, että heidän tarvitsee itse omistaa fyysisiä tuotteita. (Tuulaniemi 2011, 16). Ihmiset voivat tyydyttää useimmat tarpeensa käyttämällä eri palveluita fyysisten tuotteiden ostamisen sijaan. Rauhallisesta mökkilomasta nauttiva voi esimerkiksi vuokrata mökin loma-ajakseen palveluntarjoajalta, ilman omistamiseen liittyviä haasteita tai autoa satunnaisesti tarvitseva voi vuokrata auton autovuokraamosta.

Tuulaniemen (2011, 18, 19) mukaan palveluistumisella tarkoitetaan yhteiskunnassa tapahtuvaa palveluiden merkityksen kasvua. Yksittäisten fyysisten tavaroiden ja jopa yksittäisten palveluiden merkitys tulee tulevaisuudessa pieneneväksi ja ihmiset maksavat mieluummin kokonaisratkaisuista, jotka vastaavat heidän tarpeitaan. Kokonaistarpeet muodostuvat ihmisten tarpeiden mukaan sisältäen sekä palveluita että tavaroita. Palve-

luntarjoajat voivatkin tuottaa palvelulleen lisämerkityksiä yhdistämällä tavaroita palveluihinsa. Tavarat voivat olla mukana palvelussa tukemassa prosessia.

Palvelujen osuus bruttokansantuotteesta nousee kotimaassamme vuosi vuodelta. Taloudestamme suurin osa koostuu jo palveluista ja ne ovatkin maailmanlaajuisesti suurin innovaatioalusta lähitulevaisuudessa. Yritysten ja organisaatioiden on hyödynnettävä palveluiden tuomia mahdollisuuksia yritystoiminnassaan, jotta ne pysyvät mukana kehityksessä. (Tuulaniemi 2011, 19, 22).

Verrattaessa palveluiden hyötyjä fyysisiin tuotteisiin nousee positiivisena asiana esiin ekologisuus. Palveluiden tuottamiseen tuhlautuu paljon vähemmän luonnonvaroja kuin tavaroiden tuottamiseen. Palvelut ovat hyväkatteista liiketoimintaa sen tuottajalle ja myös kuluttajalle erittäin hyödyllisiä. (Tuulaniemi 2011, 20). Tavaroihin kuluu energiaa usein myös niiden käyttöaikana sekä niiden hävittämiseen silloin, kun ne ovat tulleet tiensä päähän. Palvelut sen sijaan ovat yleensä vähän energiaa kuluttavia systeemejä.

3.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on palvelujen kehittämistä, jossa käyttäjät osallistuvat palvelun kehitystyöhön. Asiakkaat voidaan ottaa osaksi luovaa kehitystyötä tai heiltä voidaan kerätä esimerkiksi kehitysehdotuksia. Tärkeintä palvelumuotoilussa on saada selville ja ymmärtää asiakkaiden tarpeet ja hyödyntää tätä tietoa tuotteen tai palvelun kehittämisessä. (Miettinen 2011, 21,22).

Tuulaniemen (2011, 58) mukaan palvelumuotoilussa on kyse yhteisesti jaetusta ajattelu- ja toimintatavasta. Palvelumuotoilu on yhteinen työkalu eri osaamisalojen yhteistyöhön kehitettäessä palvelua. Palvelumuotoilu on yhteinen prosessi. Palvelumuotoilun avulla päästään palveluiden kehittämiseen käsiksi, sen avulla palvelun kehittäjä voi vahvistaa ja syventää omaa osaamistaan ja rakentaa työmenetelmiä ja -välineitä, jotka sopivat paremmin hänen omaan toimintaympäristöönsä.

Organisaatioille palvelumuotoilusta on apua siten, että se auttaa liiketoiminnan palveluiden strategisien mahdollisuuksien havaitsemisessa, uusien palveluiden innovoimisessa ja jo olemassa olevien palveluiden kehittämisessä. Palvelumuotoilu elää jatkuvassa kehittämisen tilassa. Palvelumuotoilussa yhdistetään vanhoja asioita uudella tavalla. (Tuulaniemi 2011, 24).

Palvelumuotoilussa tärkeää on asiakkaan muodostama palvelukokemus. Palvelutapahtumassa on aina osallisena asiakas ja hän muodostaa henkilökohtaisen kokemuksen palvelutapahtumasta jokaisen palvelun yhtey-

dessä. Tavoitteena palvelumuotoilussa on tehdä asiakkaan palvelukokemuksesta mahdollisimman hyvä. Koska kokemus on aina henkilökohtainen, ihmisen pään sisällä tapahtuva asia, on sitä vaikea suunnitella. Palvelukokemukseen voidaan kuitenkin vaikuttaa keskittymällä sen kriittisiin pisteisiin ja poistamalla asioita, jotka vaikeuttavat tai häiritsevät palvelua. Vuorovaikutusta, prosessia tai työtapoja muokkaamalla voidaan myös parantaa asiakkaan palvelukokemusta. (Tuulaniemi 2011, 26).

”Palvelumuotoilun prosessi alkaa asiakkaan tarpeiden, unelmien ja toiveiden ymmärtämisestä” (Miettinen 2011, 18). Kun opitaan ymmärtämään asiakasta ja hänen tarpeitaan, saadaan palvelutapahtuma suunnattua vastaamaan näihin tarpeisiin. Näin palveluntarjoaja voi löytää uusia keinoja palvelujensa kaupallistamiseen.

Tuulaniemen (2011, 28) mukaan palvelumuotoilun keskeisenä tavoitteena on, että kaikki palveluprosessin osapuolet saataisiin osallistettua tähän prosessiin jo aikaisessa vaiheessa palvelun rakentamista, mielellään jo palvelun suunnitteluvaiheessa. Näitä palveluprosessin osapuolia ovat henkilöt, jotka osallistuvat palvelun tuottamiseen, sekä eri asiakasryhmät.

Tämä oli keskeinen tavoite myös Asunnonvuokraus Salmilehdon matkailupalveluliiketoiminnan kehittämisessä. Asiakkaat pyrittiin saamaan jo aikaisessa suunnitteluvaiheessa mukaan prosessiin, jotta palvelut voitaisiin toteuttaa asiakkaiden toiveet huomioon ottaen siten, että tulevaisuudessa yrityksen tarjoama asiakkaan palvelukokemus olisi mahdollisimman positiivinen. Näin toimiessa epäonnistumisen riski on pieni, koska asiakkaiden tarpeet on huomioitu mahdollisimman monipuolisesti. Tavoitteena on, että Salmilehto voisi tuottaa asiakkaille niin hyviä palvelukokemuksia, että he tulevat käyttämään yrityksen palveluita uudemmankin kerran ja parantavat näin sen kannattavuutta.

3.3 Arvolupaus palvelumuotoilussa

Tuulaniemen (2011, 33) mukaan yksi liiketoiminnan keskeisistä asioista on arvolupaus eli yrityksen asiakkaalleen antama lupaus tuotteen tai palvelun arvosta. Koiviston (2007) mukaan palvelumuotoilun arvopohjan muodostaa tarve suunnitella tavallisille ihmisille suunnattuja palveluita, jotka ovat aiempaa parempia ja käyttäjäystävällisempiä. Myös ympäristöystävällinen ajattelu ja kestävä kehitys kuuluvat hänen mukaansa palvelumuotoilun arvopohjaan. Palvelumuotoilun tavoitteena on kasvattaa käyttämistä omistamisen sijaan, eli kasvattaa palvelujen käyttöä, sillä se on ympäristöystävällisempää kuin materiaalin omistaminen. Tähän palvelumuotoilun tavoitteeseen päästään Koiviston mukaan siten, että palvelujen käytöstä saadaan luotua materiaalin omistamista haluttavampaa.

Nykyään tavaroiden omistaminen onkin usein statussymboli. Tiettyjen brändien tai arvokkaiden tavaroiden avulla kerromme itsestämme ja asemastamme. Koiviston (2007) mukaan palvelumuotoilun haasteena onkin tehdä palvelujen käytöstä niin haluttua, että ihmiset käyttäisivät niitä mieluummin kuin omistaisivat tarvittavia resursseja.

Arvolupaus kertoo, millainen tuote tai palvelu on, kenelle se ensisijaisesti on tuotettu ja miten se erottuu positiivisesti muista vastaavista tuotteista tai palveluista. Arvolupaus kertoo, miten asiakas hyötyy tuotteesta tai palvelusta. Arvolupaus kertoo myös, miten yritys tai organisaatio eroaa kilpailijoistaan. Tärkeintä on saada asiakas ymmärtämään tarjotun palvelun tai tuotteen laatu sekä saada hänet kiinnostumaan siitä. (Tuulaniemi 2011, 33).

Tuulaniemen (2011, 33) mukaan palveluntarjoajan ja asiakkaan välinen vuorovaikutus on perusta sille, miten asiakas kokee saamansa arvon. Asiakkaan käsitys arvosta muodostuu ennakko-odotusten ja saadun henkilökohtaisen kokemuksen perusteella. Asiakkaalle on helpompaa tuottaa arvoa, kun otetaan ensin selvälle, miten hän tuotetta käyttää. Yksittäinen asiakas tuo yritykselle arvoa sen mukaan, kuinka paljon hän tuo kuluttamaisellaan rahaa yritykselle, kuinka usein hän kuluttaa yrityksen palveluita tai tuotteita ja kuinka tuottoisa asiakas kokonaisuudessaan yritykselle toimintansa kautta on.

3.4 Arvon muodostamisen elementit

Osterwalderin ja Pigneurin (2009, 23-25) mukaan arvon muodostamisen elementit ovat asioita, joiden avulla voidaan suunnitella yksityiskohtaisemmin prosessi, joilla arvoa tuotetaan. Arvon muodostamisen elementit ovat uutuusarvo, suorituskyvyn parantaminen, tuoteräätälöinti, tekemisen helpottaminen, muotoilu, brändi ja status, hinta, kustannusten alentaminen tai säästö, riskien pienentäminen, saavutettavuus sekä helppokäyttöisyys.

Uutuusarvo: Joillekin ihmisille tuotteen tai palvelun uutuus markkinoilla on arvo. Uutuusarvo liittyy yleensä teknologiateollisuuteen. Markkinoiden nopeasta kehityksestä johtuen uutuus ei ole kovin kestävä arvo, koska esimerkiksi asiakkaan hankkiessa uusimman älypuhelimien, on uusia malleja jo kehitteillä eikä tuote näin säily kauan uutena tai markkinoiden parhaana.

Suorituskyvyn parantaminen: Palvelun tai tuotteen suorituskykyä tai ominaisuuksia parantamalla voidaan tuottaa lisäarvoa asiakkaalle.

Tuoteräätälöinti: Asiakkaalle tarjotaan yksilöllisesti räätälöityjä tuotteita tai palveluita, jotka perustuvat yhteiseen alustaan. Perustuotteen tai palvelun päälle asiakas voi valita itselleen sopivat ominaisuudet.

Tekemisen helpottaminen: Osto lisääntyy, jos tuote tai palvelu helpottaa ihmisen elämää.

Muotoilu: Muotoilu merkitsee toisille käyttäjille enemmän ja toisille vähemmän. Asiakas itse arvottaa muotoilun itselleen joko tärkeäksi tai vähemmän tärkeäksi.

Brändi ja status: Tuttu ja hyväksi koettu brändi on helpompi valita kuin tuntematon.

Hinta: Hyvän tai kalliin tuotteen saaminen edullisemmin luo asiakkaalle arvoa.

Kustannusten alentaminen/ säästö: Palvelu auttaa säästämään aikaa ja rahaa. Esimerkiksi itsepalvelut.

Riskien pienentäminen: Palveluissa riski on yleensä pieni, koska tuote ei vaihda omistajaa. Tuotteissa riskiä voidaan pienentää takuuajan lisäämisellä tuotteeseen.

Saavutettavuus: Tuomalla tuote tai palvelu lähelle asiakasta, helpotetaan asiakkaan tarttumista siihen.

Helppokäyttöisyys: Tuotteen tai palvelun käyttö on mukavampaa, jos se on tehty riittävän helppokäyttöiseksi. Liian vaikeaksi tehty käyttö voi laskea tuotteen tai palvelun kysyntää paljonkin.

(Osterwalder & Pigneur 2009, 23-25).

Näiden edellä mainittujen elementtien avulla voi lähteä lähestymään palvelumuotoilun arvon muodostamista. Näitä asioita muokkaamalla voidaan tuottaa palvelulle lisäarvoa ja vaikuttaa positiivisesti palveluun kohdistuvaan kysyntään, kun palvelu saadaan vastaamaan asiakkaan odotuksiin ja arvoon. Asunnonvuokraus Salmilehdon matkailupalveluliiketoimintaa kehitettäessä tavoitteena on tehdä palveluista helppokäyttöisiä, helposti saatavia ja hinnaltaan palvelun arvoa vastaavia. Myös tuoteräätälöintiä on helppo toteuttaa, kun asiakkaat ja heidän tarpeensa otetaan yksilöllisesti huomioon. Salmilehdossa palveluita, erityisesti järjestettäviä retkiä (esimerkiksi kuva 9. Palvelukortti 2) voitaisiin hyvin räätälöidä tarvittaessa asiakkaiden mieltymysten mukaan.

3.5 Palvelumuotoilun osat

Palvelumuotoilussa keskeistä on muodostaa asiakkaan palvelukokemus. Palvelupolku, palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet ovat palvelukoke-

muksen osia, joiden avulla kokemus rakennetaan. (Koivisto, 2007). Palvelupolku jakautuu palvelutuokioiksi ja palvelutuokio taas rakentuu lukemattomista palvelun kontaktipisteistä (Tuulaniemi 2011, 79).

3.5.1 Palvelupolku

Palvelupolku on useista palvelutuokioista rakentuva prosessi, jonka läpi asiakkaat kulkevat käyttäessään palvelua. Palvelupolku kuvaa sitä, miten asiakas kokee ja kulkee palvelun aikajanalla. Jokainen asiakas kokee palvelupolun ja sen palvelutuokiot kontaktipisteineen henkilökohtaisesti, ja tähän kokemukseen vaikuttaa niin palvelun suunnittelu kuin asiakkaan omat valinnat palvelupolun aikana. (Koivisto, 2007). Asiakkaan palvelupolku jaetaan palvelumuotoilussa eri vaiheisiin, jotta sitä voidaan tarkastella ja käsitellä suunnittelun avulla (Tuulaniemi 2011, 78).

3.5.2 Palvelutuokiot

Palvelutuokiot ovat palvelun osia tai tuokioita, jotka yhdessä muodostavat palvelukokonaisuuden. Palvelutuokiot ovat palvelupolun eri vaiheita. (Koivisto, 2007). Jokainen yksittäinen palvelutuokio sisältää lukuisan määrän palvelun kontaktipisteitä (Tuulaniemi 2011, 79).

3.5.3 Palvelun kontaktipisteet

Palvelun kontaktipisteillä tarkoitetaan asioita, joiden kautta asiakas on kosketuksissa palveluun aistiensa kautta. Kontaktipisteet jaetaan ihmisiin, ympäristöihin, esineisiin ja toimintatapoihin. Ihmisillä kontaktipisteinä tarkoitetaan kaikkia niitä ihmisiä, jotka tuottavat tai kuluttavat palvelua eli palveluhenkilöstö ja asiakkaat. Ympäristökontaktipisteitä taas ovat tilat, joissa palvelu toteutuu. Nämä ympäristöt voivat olla joko fyysisiä tai virtuaalisia. Esinekontaktipisteet ovat palvelun tuotantoon ja kuluttamiseen tarvittavia fyysisiä tavaroita, jotka mahdollistavat palvelun käyttämisen. Toimintatavat ovat käyttäytymismalleja, joita palvelun henkilökunta sovitusti käyttää. (Tuulaniemi 2011, 81-82; ks. myös Koivisto 2007).

3.6 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelun kehittäminen on ainutlaatuinen prosessi, eikä palvelumuotoiluprosessia siksi voi kuvata siten, että se suoraan soveltuisi kaikenlaisten palveluiden kehittämiseen. Yleinen palvelumuotoilun prosessi antaa kuitenkin rungon sille, miten palvelua voi lähteä kokonaisuutena kehittämään. Palvelumuotoiluprosessin vaiheet ovat määrittely, tutkimus, suunnittelu, tuotanto ja arviointi. (Tuulaniemi 2011, 126-127).

Määrittelyvaiheessa käydään läpi, mihin ongelmaan halutaan ratkaisu sekä mitkä ovat prosessin tavoitteet tilaajan kannalta. Tutkimusvaiheessa pyritään rakentamaan prosessiin osallistuville yhteinen ymmärrys kehitettävästä kohteesta, ympäristöstä, jossa toimitaan sekä resursseista ja käyttäjien tarpeista. Yhteinen ymmärrys saadaan rakennettua keskusteluiden, haastatteluiden ja asiakastutkimusten avulla. Suunnitteluvaiheessa ideoidaan ja punnitaan erilaisia ratkaisuja ja testataan niitä. Tuotantovaiheessa suunniteltu palvelukonsepti viedään markkinoille, ja asiakkaat pääsevät kokeilemaan sitä ja tarvittaessa myös kehittämään sitä entistä paremmaksi. Arviointivaiheessa läpikäytyä prosessia arvioidaan ja vielä tarvittaessa parannellaan asiakkailta saatujen kokemusten mukaan. (Tuulaniemi 2011, 127-128).

Edellä esitetty kuvaus palvelumuotoiluprosessista on tarkoitettu uuden palvelun suunnitteluun. Kun suunnitellaan palvelun osaa tai kehitetään jo olemassa olevaa palvelua, voidaan prosessikuvauksesta soveltaa omaan prosessiin parhaiten soveltuvaa osaa tai osia. Toteutettavan prosessin laajuus vaihtelee suunniteltavan kohteen sekä taloudellisten ja ajallisten resurssien mukaan. (Tuulaniemi 2011, 127-129).

4 MAISEMAN TUOTTEISTAMINEN

4.1 Mitä maisema on?

Maisema on ihmisen aistien kautta havaitsema kokemus ympäristökokoaisuudesta. Maisemat voidaan jakaa kulttuurimaisemiin ja luonnonmaisemiin. Kulttuurimaisemalla tarkoitetaan maisemia, joissa ihmisen toiminnan jälki näkyy, esimerkiksi pellot, rakennukset ja tiet. Kulttuurimaisemia ovat esimerkiksi maatalousmaisemat, perinnemaisemat ja taajamissa sijaitsevat maisemat. Luonnonmaisemia taas ovat maisemat, joissa ihmisten kädenjälki ei näy yhtä selvästi kuin kulttuurimaisemassa, ja luonto on enemmän esillä. Luonnonmaisemia ovat esimerkiksi metsämaisemat, suomaisemat ja tunturimaisemat. Täysin luonnontilaisia maisemia on Suomessa vain vähän. Luonnontilaisiksi maisemiksi lasketaan sellaiset maisemat, joissa ihmisen toiminnan jälki ei juuri näy. (Metsäverkko, n.d.).

Maisemat ovat tärkeässä osassa ihmisten alueellista identiteettiä, hyvinvointia ja arkiympäristöä tarkasteltaessa. Maisemat ovat ihmisen ja luonnon pitkän vuorovaikutuksen tulosta ja siten ne välittävätkin historiallisia ja kulttuurisia arvojamme. Suomessa maisemia suojellaan luonnonsuojelulain sekä maankäyttö- ja rakennuslain avulla. Suomessa on 156 valtakunnallisesti arvokkaaksi luokiteltua maisema-aluetta, joita ovat maaseudun edustavimmat kulttuurimaisemat. Niiden arvo pohjautuu monimuotoiseen luontoon, johon kulttuuri on vaikuttanut, hoidettuun viljelymaise-

maan sekä perinteiseen suomalaiseen rakennuskantaan. Nämä valtakunnallisesti arvokkaat maisema-alueet on valittu vuonna 1995 valtioneuvoston periaatepäätöksellä. (Ympäristöministeriö, 2013)

Suomessa luonnonsuojelulain nojalla voidaan perustaa myös erityisiä maisemanhoitoalueita, joiden avulla pidetään yllä muun muassa luonnon- tai kulttuurimaisemaa sekä alueiden historiallisesti arvokkaita ominaispiirteitä. Maisemanhoitoalueet perustetaan yhteistyössä paikallisten toimijoiden, esimerkiksi kuntien kanssa. (Ympäristöministeriö, 2013).

4.2 Maisemapalvelu

Maisemapalvelulla tarkoitetaan maisemälähtöisiä palveluita, jotka liittyvät luontoon, hyvinvointiin ja oppimiseen. Tärkeässä roolissa tuotteiden ja palveluiden kehittämistä ovat kuluttajien arjen käytäntöjen tunnistaminen ja niiden hyödyntäminen palveluiden kehittämisessä. Maisemapalvelut voidaan jakaa kulttuurimaisemaa ja -perintöä hyödyntäviin, sekä luonnonmaisemaa hyödyntäviin palveluihin. (Komulainen, 2013, 11).

Komulaisen (2013,11) mukaan ihmistä motivoivat maisemapalveluissa erilaiset asiat. Kulttuurimaisemassa ihmiset haluavat esisijaisesti palveluita, jotka liittyvät oppimiseen ja kauneuteen. Usein kulttuurimaisemapalveluissa ihmiset haluavat tutustua paikan tai maiseman historiaan, kulttuurihistoriaan ja tarinoihin. Luonnonmaisemaan liittyvissä palveluissa ihmisiä motivoivat tarpeet, jotka liittyvät hyvinvointiin, esteettisyyteen ja eheytymiseen.

Maisema tarjoaa palvelulle kunkin paikan viitekehyksen. Maiseman lisäksi tärkeitä maisemapalveluihin liittyviä asioita ovat asiakkaat, alueen muut toimijat ja yhteistyökumppanit sekä alueen brändi. Maisemapalvelun kehittäminen tuotteeksi tapahtuu palvelumuotoilun ja tarinallistamisen avulla. Tästä syntyy liiketoimintamalli. Tuotteeseen liittyy mielikuva paikan arvosta, joka luodaan markkinoinnin ja viestinnän keinoin. Erilaisten luontoa ja maisemaa hyödyntävien palveluiden kautta syntyy liiketoimintaa, joka on peräisin maisemasta. (Komulainen, 2013).

4.3 Maiseman tuotteistaminen

Komulaisen (2013, 11) mukaan maisemapalveluiden rakentamisessa maisemalle luodaan merkitys. Ihminen kokee haluavansa liittyä maisemaan, kun on löytänyt maisemasta merkityksen itsellensä. Tällaisen kokemuksen voi tuotteistaa palveluksi ja syntyy maisematuote.

Maiseman tuotteistamisesta on kyse silloin, kun yrityksen myytävät palvelut kehitetään maisemaan liittyvistä ominaisuuksista. Paikan erityispiirteet

ovat keskiössä, kun lähdetään suunnittelemaan tuotetta. Tärkeää on selvittää alueen tarinat ja historia sekä maiseman ominaispiirteet ja kohokohdat. Asiakkaiden tarpeet sekä luonnon ja maiseman hyvinvointivaikutukset ovat tärkeässä osassa suunniteltaessa maiseman tuotteistamista. Maiseman tuotteistamisen suunnitelmassa voidaan käsitellä myös esimerkiksi maiseman kokemista moniaistisesti tai paikan erilaisten toimintojen alueita. Maisema voidaan myös yhdistää yrityksen jo olemassa oleviin palveluihin. (Maa- ja kotitalousnaiset, 2014).

Salmilehdon tilalla on hienoja maisemallisia elementtejä, joita voitaisiin hyödyntää palvelujen kehittämisessä. Järven läheisyys, rantatie ja vanha pihapiiri lehtikuusikujineen antavat runsaasti mahdollisuuksia hyödyntää maisemaa palvelujen kehittämisessä ja markkinoinnissa. Visualisoinnin (esimerkiksi kuvaamisen) avulla Salmilehdon maisemalliset arvot olisi helppo tehdä näkyväksi osaksi yrityksen statusta ja käyttää niitä markkinoinnin välineenä.

5 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TULOKSET

5.1 Laadullinen tutkimusmenetelmä

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tieteellinen menetelmä, jossa pyritään ymmärtämään tutkimuskohteen ominaisuuksia, merkityksiä ja laatua kokonaisvaltaisesti. Tärkeässä osassa ovat tutkittava ilmiö ja ihmisten kokemukset ja näkökulmat kyseisestä asiasta. Laadullisen tutkimuksen menetelmissä korostuvat kohteen esiintymisympäristöön, taustaan ja merkitykseen liittyvät näkökulmat. (Hirsjärvi & Huttunen 1995, 174).

Usein laadullisessa tutkimuksessa otantamenetelmänä käytetään harkinnanvaraista otantaa. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston laatu on ensisijainen asia, ei niinkään sen määrä. Aineiston määrä valitaan sopivaksi sen suhteen, kuinka laajoja tulkintoja siitä on tarkoituksena tehdä. (Eskola & Suoranta 1998, 18,60,61).

Tämän tutkimuksen aineisto kerättiin yrittäjäpariskunnan haastattelun sekä asiakaskyselyn avulla. Asiakaskysely oli suunnattu potentiaalisille asiakkaille, jotka tunsivat Salmilehdon tilan vähintään ulkonäöllisesti jo ennalta. Tavoitteena oli saada 5-10 vastausta, joiden pohjalta voisi lähteä suunnittelemaan asiakasyritykselle kehitettäviä palveluita.

5.2 Haastattelu

Palvelumuotoiluprosessiin liittyen haastattelin Asunnonvuokraus Salmilehdon yrittäjäpariskuntaa Unto ja Leila Karttusta 27.11.2016 palvelumuotoiluprosessin tavoitteista ja sen herättämistä ajatuksista (Liite 2). Opin näytetyöstäni keskustelimme useaan otteeseen mutta varsinaisen haastattelun toteutin yhden kerran. Haastattelutilanne oli vapaamuotoinen keskustelutilanne, jossa minä esitin kysymyksiä haastattelurungon mukaan ja Unto ja Leila vastasivat kysymyksiin vapaasti, joihinkin kysymyksiin vain toinen vastasi ja joihinkin molemmat vuorotellen. Tilaisuuden vapaamuotoisuudesta johtuen kommentoin välillä kysymyksiä tai heidän vastauksiaan ja tarvittaessa tarkensin kysymyksiä. Kirjasin vastaukset paperille ja jokaisen kysymyksen lopuksi kerroin mitä kirjoitin, jotta vastaus oli sitä, mitä he olivat tarkoittaneet. En lähettänyt kysymyksiä etukäteen tutustuttaviksi, mutta haastattelun aihepiireistä olin kertonut aiemmin haastattelua sovittaessa. Haastatteluun kului aikaa reilu puoli tuntia. Haastattelun vastausten avulla suunnittelin työni etenemistä ja kartoitin vielä aiempia keskusteluja tarkemmin, mitkä ovat työni tilaajan toiveet opinnäytetyöni suhteen. Käytin haastattelun vastauksia apuna myös muotoillesani kyselyn tavoitteita sekä suunnitellessani kyselylomaketta.

5.3 Haastattelun tulokset

Unto ja Leila mainitsivat tämän palvelumuotoiluprosessin tavoitteikseen saada yritykselle suunnitelma uusista palveluista, joita yritys voisi lähteä kehittämään. Työltä he odottavat teoriapohjaa palveluiden kehittämisen tueksi sekä ajatuksia selkiyttävää suunnitelmaa uusista palveluista.

Kysymykseen siitä, mihin asiakastarpeeseen palvelumuotoiluprosessin avulla ollaan vastaamassa, he vastasivat, että asiakastarvetutkimuksia ei ole tehty, mutta sellainen tuntuma heillä on, että varsinkin kesäisin tällaiselle rauhalliselle majapaikalle voisi olla kysyntää. He uskoivat myös, että kunnan isojen tapahtumien yhteydessä majoituspaikalle keskustan välittömässä läheisyydessä voisi olla kysyntää. Jos matkailu ja turismi Ranualla lisääntyy, niin idyllinen vanhaa henkivä Salmilehdon tila voisi olla matkustajille mieleinen. Kehitettävien majoitus- ja matkailupalveluiden kohderyhmäksi he mainitsivat lapsiperheet ja turistit. He kertoivat miettineensä aitamajoituksen järjestämistä, josta etenkin aasialaisturistit voisivat heidän mukaansa kiinnostua.

Karttusten suunnitelmia siitä, mitä he ovat alustavasti miettineet, ovat aitojen kunnostus majoitustiloiksi, kaikille majoittujille yhteisen keittiörakennuksen rakentaminen sekä ekokäymälä. Heidän mielestään olisi myös tärkeää erottaa matkailualue vuokra-asuntoalueesta esimerkiksi alueen arkkitehtuuriin sopivan aidan avulla. Ravitsemuspalveluita ei heidän mukaansa ole välttämättä tarpeellista tarjota, koska kylän kaupat ja ravitse-

musliikkeet sijaitsevat kaikki alle kilometrin säteellä. Lähimmät ravitsemuspalvelut sijaitsevat vain muutaman sadan metrin päässä Salmilehdosta. Heidän mukaansa kattava omatoimikeittiö voisi olla hyvä ratkaisu Salmilehtoon majoittujille. Keittiössä olisi hyvät tilat ja tarvittavat välineet ruuan valmistamiseen. Haastattelussa sekä jo aiemmissa keskusteluissa nousi esiin myös mahdollisuus opastettujen retkien järjestämiseen asiakkaille. Asiakaskyselystä he toivoivat kuitenkin saavansa vastauksia asiakkaiden odotuksista kaikkiin kehitettäviin palveluihin liittyen. Asiakaskyselyn he toivoivat antavan uusia ideoita kehittämistyöhön. He uskoivat myös, että asiakaskysely helpottaa kehityssuunnan löytämistä yrityksen kehittämiseen.

Kysymykseen siitä, miten tehdä palveluista muista majoitus- ja matkailupalveluista erottuva, he vastasivat vanhanaikaisen tunnelman ja idyllisyyden olevan tärkeimmät erottautumistekijät. Ranualla ei myöskään ole vastaavanlaisia, vanhaa henkiviä majoituspalveluita. Lisäksi Salmilehto on heidän mukaansa ainoita näin ehyinä säilyneitä vanhoja kokonaisuuksia lähi-alueilla.

Prosessin liiketoiminnallisiksi tavoitteikseen yrittäjäpariskunta mainitsi yritystoiminnan kannattavuuden parantamisen. Kannattavuus voisi parantua tämän palvelumuotoiluprosessin kautta sitten, kun yrityksen uudet palvelut olisi lanseerattu käyttöön.

5.4 Asiakaskysely

Laadullisen tutkimukseni aineiston saamiseksi tein sähköisen kyselyn potentiaalisille asiakkaille. Toteutin kyselyn anonymisti Google Forms -kyselytyökalun avulla joulukuussa 2016. Kyselyn avulla pyrin selvittämään potentiaalisten asiakkaiden ajatuksia ja toiveita uutta palvelua kehitettäessä. Vastausten avulla oli tarkoitus kehittää Salmilehdon majoitus- ja matkailupalveluita palvelumuotoilun ja maiseman tuotteistamisen näkökulmista katsottuna. Käytin kyselyssä havainnoinnin apuna kahta valokuvaa Salmilehdon alueesta. Kyselyn kohdejoukoksi valitsin henkilöitä, joiden tiesin tietävän tai tuntevan Salmilehdon tilan vähintään ulkonäöllisesti, jotta heillä olisi realistisia näkemyksiä, minkälaisia palveluita sinne olisi mahdollista kehittää ja vastauksista olisi mahdollisimman suuri hyöty kehitystyössä. Lähetin kyselyn kymmenelle henkilölle ja siihen vastasi seitsemän henkilöä. Lähetin kyselyn yhden kerran ja myöhemmin vielä muistutusviestin, jotta kaikki halukkaat vastaisivat kyselyyn. Viestissä oli liitteessä 1 näkyvien saatesanojen lisäksi ohjeena, että kyselyyn vastaajat vastaisivat kysymyksiin potentiaalisen asiakkaan näkökulmasta.

Asiakaskyselyssä oli kuusi kysymystä, joista neljä oli avoimia kysymyksiä ja kaksi monivalintakysymyksiä. Monivalintakysymyksistä toinen oli suljettu ja toisessa oli monivalintojen lisäksi Muu-vaihtoehto, johon vastaajalla oli

mahdollisuus kirjoittaa tekstiä. Ensimmäisen kysymyksen avulla pyrin selvittämään asiakkaiden mielestä merkittäviä maisemallisia arvoja Salmilehdossa. Neljän kysymyksen avulla kartoitin asiakkaiden toiveita kehitettävien palveluiden laadusta ja ominaisuuksista. Yksi kysymys koski alueen historian kiinnostavuutta, jotta saisimme selville, kannattaako historian tuominen osaksi palvelukokonaisuutta vai ei.

5.5 Asiakaskyselyn tulokset

5.5.1 Salmilehdon tärkeimmät maisemalliset seikat ja maiseman vetovoimatekijät

Avoin kysymys. Kyselyn vastausten perusteella Salmilehdon tärkeimmiksi maisemallisiksi seikoiksi nousi vanha pihapiiri ja siihen kuuluvat rakennukset sekä järvimaisema. Vastauksista neljässä vanha pihapiiri ja sen vanhat rakennukset oli nostettu esille. Samoin myös järvimaiseman näkymisen oli nostanut tärkeäksi maisemalliseksi seikaksi neljä vastaajaa. Muita vastaajien esille nostamia asioita olivat alueen vanhat, isot puut, rantatie, luonnonmukaisuus sekä alueen rauhallinen ja luonnonmukainen miljö. Kaksi vastaajaa oli nostanut myös keskustan läheisyyden tärkeäksi vetovoimatekijäksi.

5.5.2 Majoitukseen liittyvät toiveet Salmilehdossa

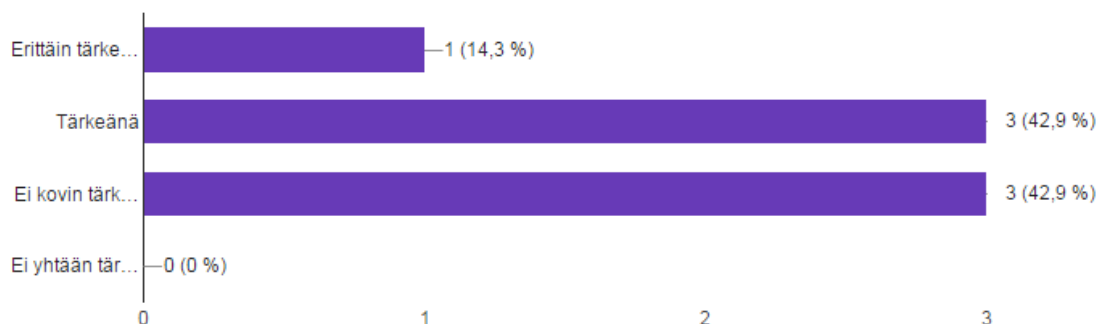
Avoin kysymys. Kyselyyn vastanneilla oli monenlaisia toiveita majoitukseen liittyen. Kolme seitsemästä vastaajasta oli nostanut esille toiveen idyllisen aittamajoituksen järjestämisestä Salmilehdossa. Kaksi vastaajaa toivoi myös muutaman matkailuvaunu-/autopaikan järjestämistä alueelle. Yksi vastaaja oli myöskin toivonut asuntovaunupaikkaa Salmilehtoon, mutta hän oli esittänyt toiveen lisäpalveluita koskevassa kysymyksessä, jota käsitellään luvussa 5.5.5. Kaksi vastaajaa ehdotti päärakennuksen huoneita majoitustiloiksi. Yksi vastaaja oli toivonut Salmilehtoon myös perhehuoneita vuokrattaviksi. Muita majoitukseen liittyviä toiveita vastausten perusteella olivat hyvät sängyt, talvella lämpimät huoneet ja huoneiden siisteys sekä suihkut, WC:t ja keittiönurkkaus.

5.5.3 Ravitsemuspalveluihin liittyvät toiveet Salmilehdossa

Avoin kysymys. Kukaan kyselyyn vastanneista henkilöistä ei toivonut Salmilehtoon kovin laajoja ravitsemuspalveluita. Viisi seitsemästä toivoi kuitenkin saavansa aamupalan majoittuessaan Salmilehdossa. Myös toive keksäkeittiöstä tai majoittujien yhteisestä keittonurkkauksesta tai -katoksesta nousi esiin kahdessa vastauksessa. Yksi vastaajista toivoi myös pientä kioskia, jossa myytäisiin elintarvikkeita, karttoja ja Lapin muiden matkailukusten mainoksia.

5.5.4 Paikan historian tärkeys

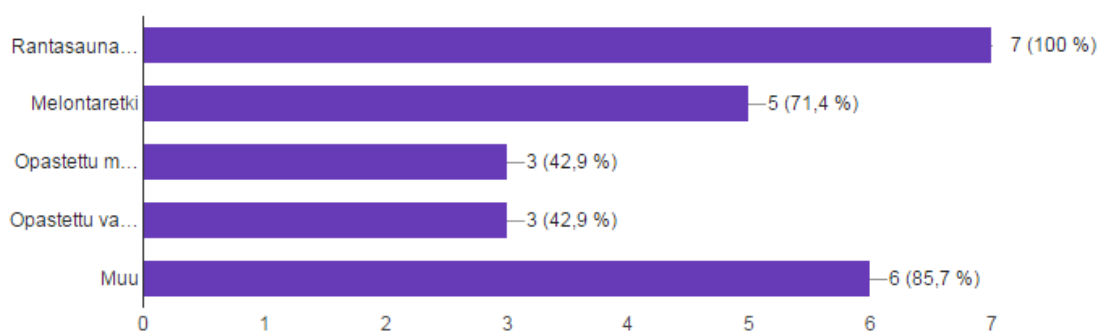
Neljäs kysymys koski sitä, kuinka tärkeänä vastaajat pitivät mahdollisuutta tutustua paikan historiaan. Vastausvaihtoehdot ylhäältä alas ovat: erittäin tärkeänä, tärkeänä, ei kovin tärkeänä, ei yhtään tärkeänä. Kolmen vastaajan mielestä historia ei ole kovin tärkeä osa palvelukokemusta. Kolme vastaajaa puolestaan oli sitä mieltä, että on tärkeää voida tutustua paikan historiaan palvelukokemuksen yhteydessä. Yksi vastaaja piti tätä mahdollisuutta erittäin tärkeänä.



Kuva 6. Historian tärkeys palvelukokemuksessa

5.5.5 Toiveet lisäpalveluista

Tämän kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat rantasaunan käyttömahdollisuus, melontaretki, opastettu marjastusretki, opastettu vaellus-/eräretki sekä Muu-vaihtoehto, johon vastaaja sai kirjoittaa vastauksen. Eniten toivottu lisäpalvelu Salmilehtoon oli rantasauna, jota toivoivat kaikki seitsemän vastaajaa. Myös melontaretki oli toivottu, samoin kuin kaksi muuta vastausvaihtoehtoa eli opastettu marjastusretki sekä opastettu vaellus-/eräretki. Muita vastaajien itse esille nostamia lisäpalveluita olivat metsästysmahdollisuus, neuvontaa omatoimiretkille ja tietoa tapahtumista, talvella moottorikelkkaretki, päiväretki lähipaikkakunnille Rovaniemelle tai Posiolle ja polkupyörän käyttömahdollisuus. Yksi vastaajista nosti myös toiveen asuntovaununpaikasta esille vastauksessaan. Tämä voidaan laskea ma joituksellisiin toiveisiin, joita käsitellään luvussa 5.5.2.



Kuva 7. Lisäpalvelutoiveet

5.5.6 Yöpymisen hinta

Viimeinen kysymys koski hintaa, minkä vastaajat olisivat valmiit maksamaan yhden yön majoituksesta Salmilehdossa. Vastaukset vaihtelivat paljon, 15-125 euron välillä ja sen takia niistä on vaikeaa saada selvää kuvaa hinnasta, jonka asiakkaat olisivat valmiita maksamaan. Vastausten perusteella viitteelliseksi keskiarvohinnaksi yhden yön majoitukselle ilman lisäpalveluita muodostui 65 euroa. Suihkumahdollisuus ja aamupala voisi sisältyä tähän hintaan. Yksi vastaaja toivoi perhehuonetta noin kuudelle hengelle, josta hän olisi valmis maksamaan 80 €/yö. Vastauksessa toivottiin myös tarjouksia pidempiaikaiseen majoitukseen, esimerkiksi 300 €/viikko.

5.6 Asiakaskyselyn johtopäätökset

Opinnäytetyön tilaajana toiminut Asunnonvuokraus Salmilehto toivoi saavansa asiakaskyselyn kautta uusia ideoita matkailupalveluiden kehittämiseen. Asiakaskyselystä olikin paljon hyötyä asiakasyrityksen palvelupaketien ja vuosisuunnitelman suunnittelussa. Asiakaskyselyn tuloksien hyödynnettävyysaste on tässä työssä mielestäni hyvä. Se on keskeinen tekijä Salmilehdon palvelumuotoiluprosessissa ja siitä saadut tulokset auttavat huomattavasti vastaamaan tilaajan tarpeeseen.

Asiakaskysely lähetettiin kymmenelle henkilölle ja siihen vastasi seitsemän Asunnonvuokraus Salmilehdon potentiaalista asiakasta. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston laadulla on suurempi merkitys kuin määrällä, joten mielestäni kyselystä saatu aineisto oli odotuksia vastaava. Suuremmalla otoskoolla olisi varmasti saatu vielä lisää ideoita kehitettäviin palveluihin liittyen. Vastausten määrä oli kuitenkin mielestäni riittävä uusien palvelujen kehittämistä varten pienessä yrityksessä. Myös tilaajan mielestä vastausmäärä oli tässä vaiheessa riittävän suuri ideoiden ja asiakasnäkökulman saamiseksi.

Kyselyn avulla selvitettiin asiakkaiden mieltymyksiä majoituspalveluista, joita he Salmilehdon tilalla yöpyessään toivoisivat. Vastaukset, joita kysely tuotti, ovat suurelta osin linjassa myös yrittäjäpariskunnan suunnitelmien kanssa. Useimmat vastauksissa toivotut palvelutuotteet ovat sellaisia, joita on realistista toteuttaa Salmilehdossa, joista on helppo innostua ja joiden luonne sopii erinomaisesti Salmilehdon ympäristöön. Kyselyn vastausten ja niiden yhteneväisyyksien perusteella on helppo nähdä, minkä tyyppisiä palveluita vastaajat Salmilehtoon toivoisivat. Hieman yli puolet vastaajista piti tärkeänä paikan historian tuomista osaksi palvelukokemusta. Paikan historiasta on jonkin verran kirjoitettua tietoa saatavilla, mutta yritystä ja palveluita kehitettäessä voisi olla järkevää tutkia Salmilehdon historiaa tarkemmin ja ottaa historia ja paikan tarinat mukaan palveluiden kehittämiseen.

6 PALVELUKORTIT JA VUOSISUUNNITELMA

Tämän opinnäytetyön tilaaja toivoi työn selkeyttävän heidän ajatuksiaan yrityksen kehittämisen suhteen sekä antavan uusia ideoita kehitettävistä palveluista. Tilaaja toivoi myös jonkinlaista suunnitelmaa, jota noudattamalla kehittämistyö olisi suunnitelmallisempaa ja helpompaa. Tähän tarkoitukseen työn päätuotteena syntyi Asunnonvuokraus Salmilehdolle yrityksen kehittämisen tueksi palvelukortit ja vuosisuunnitelman, jotka toteutettiin kyselystä ja yrittäjäpariskunnan haastattelusta saamieni tulosten sekä teoriapohjan avulla.

6.1 Palvelukortit

Palvelukortit on tehty Maiseman tarina - opas maisemapalveluiden luomiseen -oppaan mukaan siten, että ne vastaavat kysymyksiin, mitä palvelu sisältää, kenelle se on suunnattu ja miten asiakas voi palvelun saavuttaa. Palvelukortissa tulisi näkyä myös palvelun hinta (Komulainen 2013, 52). Palvelukortteja voi jatkossa muokata asiakasyrityksen tarpeiden mukaan ja niitä voi myös kehittää lisää uusia tarjottavia palveluita keksittäessä.

Palvelukorteissa on esitetty kolme palvelua, joille ajattelisin asiakaskyselyn ja yleisten trendien perusteella olevan tulevaisuudessa kysyntää. Palvelukorteissa on pyritty ottamaan kyselyyn vastanneiden esille tuomat toiveet hyvin huomioon. Palvelukorteissa on esitetty palvelun oleelliset tiedot, joiden avulla asiakas voi kiinnostuessaan tilata palvelun. Tarvittaessa asiakas voi myös ottaa yhteyttä ja kysyä lisätietoja korteissa esitettyjen yhteystietojen avulla. Palvelukortteja voidaan käyttää yrityksen markkinoinnin apuna mainostettaessa palveluita yrityksen verkkosivuilla tai esimerkiksi Facebookissa.

Kesäyö Salmilehdon aitassa

Sisältö:

Tunnelmallinen kesäyö aittamajoituksessa idyllisellä Salmilehdon tilalla.

Minimi ja maksimi henkilömäärä:

Saatavilla kahden ja neljän hengen huoneita.

Voimassaolo:

Aittamajoitusta tarjotaan kesäkaudella (kesä-elokuu).

Hinta:

30€/hlö/yö

Sisältää majoituksen sekä wc:n, suihkutilojen ja kesäkeittiön käyttöoikeuden.

Lisäpalveluna mahdollisuus rantasaunan vuokraan, hinta 10€/h.

**Yhteystiedot:**

Asunnonvuokraus Salmilehto

Metsätie 1

97700 Ranua

0400287737

Kuva 8. Palvelukortti 1

Lapland's gold- hillareissu turisteille

Sisältö:

Opastettu hillanpoimintareissu suolle.

Minimi ja maksimi henkilömäärä:

2-6 henkilöä.

Voimassaolo:

Hillasesongin ajan, hilla kypsyy heinä-elokuussa.

Hinta:

60€/hlö

Sisältää edestakaiset kuljetukset Salmilehdosta, oppaan sekä retkievää. Retkien järjestämisessä säävaraus.

**Yhteystiedot:**

Asunnonvuokraus Salmilehto

Metsätie 1

97700 Ranua

0400287737

Kuva 9. Palvelukortti 2

Salmilehdon viikkoperhepaketti

Sisältö:
Seitsemän yön majoitus perheelle tilavassa huoneistossa rauhallisessa ympäristössä Salmilehdon tilalla.

Minimi ja maksimi henkilömäärä:
3-6 henkilöä.

Voimassaolo:
Ympäri vuoden.

Hinta:
400€/huoneisto/viikko
Sisältää majoituksen sekä wc:n, suihkutilojen ja kesäkeittiön käyttöoikeuden.
Lisäpalveluna mahdollisuus rantasaunan vuokraan, hinta 10€/h.



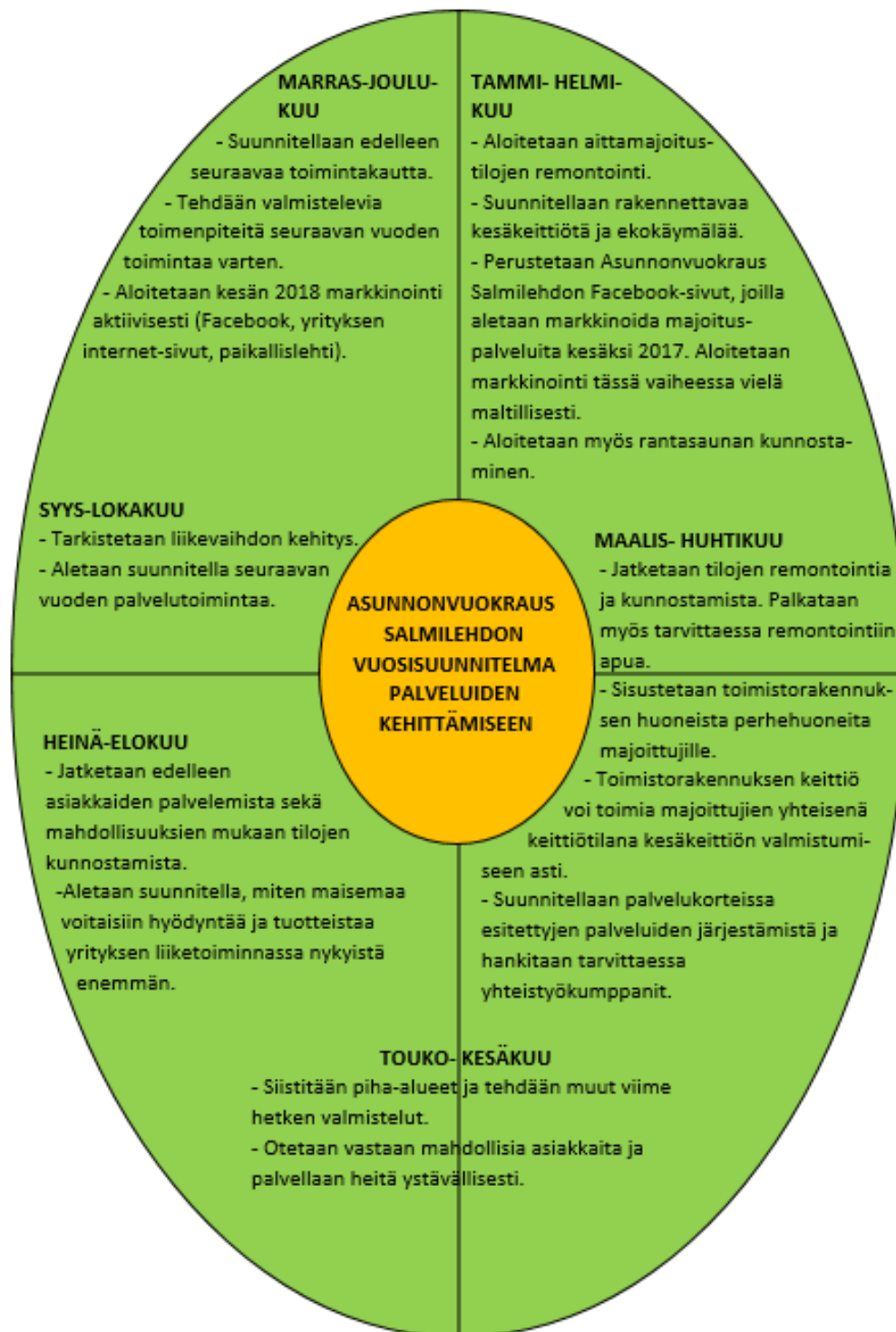

Yhteystiedot:
Asunnonvuokraus Salmilehto
Metsätie 1
97700 Ranua
0400287737

Kuva 10. Palvelukortti 3

6.2 Vuosisuunnitelma

Vuosisuunnitelmassa on kuvattu toimenpiteitä Asunnonvuokraus Salmilehdon palvelujen ja yritystoiminnan kehittämiseen eri kuukausille vuodelle 2017. Vuosisuunnitelma suunniteltiin niin, että se vastaa asiakasyrityksen tavoitteita ja resursseja. Tavoitteena on saada matkailupalveluliiketoiminta pyörimään pienimuotoisesti jo kesällä 2017 ja täysipainoisesti kesään 2018 mennessä. Vuosisuunnitelma on tehty vuodelle 2017 mutta sitä

voidaan jatkossa myös muokata ja käyttää tuleville vuosille. Vuosisuunnitelmaan on merkitty tehtäviä, jotka nousivat esiin tutkimustuloksista. Esimerkiksi matkailupalveluihin sekä majoitusjärjestelyjen tekemiseen liittyvät suunnitelmat nousivat esiin haastattelusta ja kyselystä. Teoriaosuudesta esiin nousseita suunnittelukohtia ovat markkinointiin ja yhteistyökumppaneihin liittyvät tehtävät. Vuosisuunnitelmassa on esitetty myös omia kehitysideoitani, esimerkiksi Facebook-sivujen perustaminen, joiden avulla yritys voisi saada näkyvyyttä ja kehittää toimintaansa tulevaisuudessa.



Kuva 11. Asunnonvuokraus Salmilehdon vuosisuunnitelma

7 POHDINTA

Työni tavoitteena oli auttaa Asunnonvuokraus Salmilehtoa laajentamaan yritystoimintaansa asuntojen vuokrauksen lisäksi myös matkailupalveluiden pariin. Tavoitteena oli tuottaa työn tilaajalle uusia ideoita sekä saada myös asiakaspuolen mielipiteitä mukaan palveluiden kehitystyöhön. Tutkimuskysymyksenä oli, millä tavoin Asunnonvuokraus Salmilehtoa voisi kehittää asiakaslähtöisesti maisemalliset arvot huomioon ottaen. Kehittämis-tehtävänä tein Asunnonvuokraus Salmilehdolle kolme palvelukorttia sekä vuosisuunnitelman, jotka auttavat heitä kehittämään palveluitaan ja etenemään aikataulussa. Tutkimuskysymykseen vastaus muodostuu tekemäni asiakaskyselyn sekä palvelukorttien ja vuosisuunnitelman avulla. Joskin maisemalliset arvot olisi voitu nostaa vielä isompaan rooliin esimerkiksi kysymällä kyselyssä useampia maisemaan liittyviä kysymyksiä. Maisemallisia arvoja pyrittiin kartoittamaan kyselyn avulla, mutta vain yksi kysymys koski maiseman kokemista. Maiseman tuotteistaminen ja sen esiin nostaminen palveluita markkinoidessa olisi kuitenkin varmasti Asunnonvuokraus Salmilehdon imagon kannalta hyvä asia.

Asiakaslähtöisyys toteutui palveluiden kehittämisprosessissa melko hyvin asiakaskyselyn ansiosta. Kysely olisi kuitenkin voinut olla laajempi ja otosjoukkoa kasvattamalla olisivat kyselystä saatavat tulokset olleet varmasti monipuolisempia. Tällöin niistä olisi myös voinut paremmin vetää yleispäteviä johtopäätöksiä asiakkaita ja heidän toiveitaan koskien. Kysely antoi kuitenkin, suppeudestaan huolimatta, tärkeitä viitteitä asiakastarpeista palveluja kehitettäessä Salmilehdon tilalla. Tulokset olivat melko yhteneväisiä, joten vastaajat näkivät tilan resurssit ja mahdollisuudet melko samankaltaisina. Tämän perusteella voitaisiin ajatella, että muutkin asiakkaat pitäisivät samankaltaisia asioita tärkeänä kuin kyselyyn vastanneet henkilöt.

Opinnäytetyön tilaajalta saamani palautteen mukaan opinnäytetyöstäni tulee varmasti olemaan heille apua. Palvelukorttien ja vuosisuunnitelman avulla on helppo lähteä liikkeelle palveluliiketoiminnan kehittämisessä ja työn teoriapohjasta on apua tulevaisuudessa mahdollisessa toiminnan laajentamisessa ja palveluiden jatkokehittämisessä. Työni tuloksia yrityksen kehityksen suhteen ei voi kuitenkaan tässä vaiheessa arvioida, koska kyseessä on uusien palveluiden kehittäminen ja tulokset näkyvät vasta tulevaisuudessa. Uskon kuitenkin, että työni avulla asiakasyritykselläni on enemmän työkaluja palvelujen ja yrityksen kehittämiseen myös tulevaisuudessa. Yleisellä tasolla työstäni voi olla hyötyä esimerkin kautta niin, että muutkin yritykset voisivat kehittää palveluitaan asiakaslähtöisesti. Palvelumuotoilu on hyvä työkalu lähteä ideoimaan ja innovoimaan uusia palveluja tai kehittämään jo olemassa olevia palveluita. Tämän opinnäytetyön teoriapohja antaa siihen eväitä.

Uskon, että Asunnonvuokraus Salmilehtoa kehittämällä on siitä mahdollista saada aikaan idyllinen majoitus- ja virkistyspalveluita sekä luontoretkiä tuottava omaleimainen yritys, joka palvelisi niin kotimaan matkailijoita kuin turistejakin. Palvelutarjontaan olisi helppo lisätä jatkossa myös oheistuotteita, esimerkiksi lappilaisia luonnon raaka-aineista tuotettuja elintarvikkeita, joille etenkin ulkomaalaisten keskuudessa voisi olla kysyntää. Yhteistyökumppaneita Ranualta löytyisi monenlaisiin tarpeisiin ja niiden hyödyntäminen liiketoiminnan kehittämisessä toisi varmasti lisää ulottuvuuksia Asunnonvuokraus Salmilehdon toimintaan.

LÄHTEET

Christiani, K. (2016). Lapland's gold: foraging for cloudberries in Finland. Haettu 11.1.2017 osoitteesta

<https://www.lonelyplanet.com/finland/lapland/travel-tips-and-articles/laplands-gold-foraging-for-cloudberries-in-finland>

Eskola, J & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Forsius, J. (2015). Museovirasto. Salmilehdon aluemetsänhoitajan virkatalo. Haettu 15.1.2017 osoitteesta

http://kulttuuriymparisto.nba.fi/netsovellus/rekisteriportaali/portti/default.aspx?sovellus=rapea&taulu=T_KOHDE&tunnus=200163

Hirsjärvi, S. & Huttunen, J. (1995). *Johdatus kasvatustieteeseen*. Helsinki: WSOY.

Koivisto, M. (2007). *Mitä on palvelumuotoilu? -Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa*. Maisterin lopputyö. Teollinen muotoilu. Taide-teollinen korkeakoulu. Haettu 16.1.2017 osoitteesta

http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Lopputyö_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf

Komulainen, M. (2013). *Maiseman tarina*. Vaasa: Painopaikka Fram.

Maa- ja kotitalousnaiset (2014). Maiseman tuotteistaminen. Haettu 10.1.2017 osoitteesta

<https://www.maajakotitalousnaiset.fi/sisalto/maiseman-tuotteistaminen-1621>

Metsäverkko (n.d.). Sähköinen oppimateriaali. Luonnonmaisema ja kulttuurimaisema. Haettu 11.1.2017 osoitteesta

<http://virtuoosi.pkky.fi/metsaverkko/Maisemanhoito/luonnonmaisema.htm>

Miettinen, S. (2011). *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Numminen, P. (2016). Financial Times - Suomi on vuonna 2017 matkailun ykköskohteita. *Iltaalehti* 27.12.2016. Haettu 15.1.2016 osoitteesta

http://www.iltalehti.fi/ulkomaat/201612272200045948_ul.shtml

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2009). *Business Model Generation*. Painettu Amsterdamissa: omakustanne. Haettu 15.1.2017 osoitteesta

<https://strategyzer.com/books/business-model-generation>

Ranuan kunta (n.d.). Yleistietoa kunnasta. Haettu 11.1.2017 osoitteesta <http://www.ranua.fi/fi/Ranua-info/Yleistietoa-kunnasta>

Riipi, M. & Lönnström, R. (2015). Lausunto rakennusperinnön suojelemisesta annetun lain mukaista suojelua koskevasta asiasta, kiinteistöllä 683-402-2-566 Ranuan kunnan Salmilehto. Haettu 15.1.2017 osoitteesta http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=1610362&name=DLFE-27776.pdf

Siekkinen, M. (2017). Suomi kiinnostaa nyt maailmalla – kansainväliseen myyntiin tarvittaisiin ripeyttä. Haettu 15.1.2017 osoitteesta <http://yle.fi/uutiset/3-9387900>

Tuulaniemi, J. (2011). *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum Media Oy

Ympäristöministeriö (2013). Maisemat. Haettu 10.1.2017 osoitteesta <http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Luonto/Maisemat>

KYSELYLOMAKE

Kysely Asunnonvuokraus Salmilehdon kehittämiseksi majoitus- ja matkailupalveluiden pariin

Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jonka tarkoituksena on kehittää Asunnonvuokraus Salmilehtoa ja laajentaa sen palveluntarjontaa maiseman tuotteistamisen ja palvelumuotoilun lähtökohdista. Kysely toteutetaan anonymisti.

Salmilehdon päärakennus Ranuanjärveltä kuvattuna.



Piharakennuksia, jotka olisi mahdollista kehittää idyllisiksi majoitustiloiksi.



Mihin maisemallisiin seikkoihin kiinnität huomion ensimmäisenä, kun saavut Salmilehtoon? Mitkä koet maiseman tärkeimmiksi vetovoimatekijöiksi? *

Pitkä vastausteksti

Millaisia majoitukseen liittyviä toiveita sinulla olisi, jos saapuisit Salmilehtoon majoitustarkoituksessa? *

Pitkä vastausteksti

Millaisia ravitsemuspalveluita toivoisit majoittuessasi Salmilehtoon? *

Pitkä vastausteksti

Kuinka tärkeänä koet sen, että sinulla olisi mahdollisuus tutustua paikan historiaan vieraillessasi Salmilehdossa? *

- ☐ Erittäin tärkeänä
- ☐ Tärkeänä
- ☐ Ei kovin tärkeänä
- ☐ Ei yhtään tärkeänä

Mitä lisäpalveluita toivoisit saavasi majoittuessasi Salmilehdossa? *

- ☐ Rantasaunan käyttömahdollisuus
- ☐ Melontaretki
- ☐ Opastettu marjastusretki
- ☐ Opastettu vaellus-/eräretki
- ☐ Muu...

Paljonko olisit valmis maksamaan yhden yön majoituksesta Salmilehdossa? *

Pitkä vastausteksti

HAASTATTELUKYSYMYKSET

Haastattelukysymykset

1. Mitkä ovat tämän prosessin tärkeimmät tavoitteet?
2. Mitä odotat opinnäytetyön tekijältä?
3. Mihin asiakastarpeeseen työllä halutaan vastauksia?
4. Kenelle palvelua lähdetään suunnittelemaan/ mikä on kohderyhmä?
5. Mitkä ovat asiakasyrityksen liiketoiminnalliset tavoitteet?
6. Mitä palveluja haluaisitte Asunnonvuokraus Salmilehdon palvelevan tulevaisuudessa?
7. Mihin kysymyksiin haluaisitte vastauksia kyselyn ja opinnäytetyön avulla?
8. Mitkä ovat Asunnonvuokraus Salmilehdon erottautumistekijät alueen muihin yrityksiin lähdetessä kehittämään uutta matkailupalveluliiketoimintaa?